

**Lista de cotejo**  
**Proyecto de MKT de Servicios**

<b>Nombre de los integrantes:</b>	Ximena Pedrero Pérez Marisol Romero Camacho Frida Silvana Rodríguez Moreno Dayra Ayelen Salgado Madrid
<b>Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:</b>	Equipo No.7 Empresa ARRE-KRBON

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>1) BRIEF Y MAPA DE ACTORES</b> <b>Contexto y reto:</b> Antecedentes del servicio, problema/oportunidad claramente definido, alcance y restricciones.	x		Con ayuda de brief se conocieron los antecedentes de la empresa y se identificaron los actores principales que operan en el establecimiento
<b>Objetivos del proyecto:</b> 1–3 objetivos SMART alineados al reto.	x		
<b>Criterios de éxito:</b> Indicadores de logro y umbrales deseados.	x		
<b>Público clave:</b> Descripción inicial de usuarios/clientes y beneficiarios.	x		
<b>Mapa de actores:</b> Identificación de stakeholders (internos/externos) con su rol, intereses, influencia y riesgos; incluye matriz interés–influencia.	x		
<b>Supuestos y riesgos:</b> Principales hipótesis y riesgos con planes de mitigación iniciales.	x		
<b>2) CJM V1 Y HALLAZGOS DE CAMPO CLAVE</b> <b>CJM v1 estructurado:</b> Etapas, tareas/acciones, pensamientos, emociones, puntos de contacto, fricciones y momentos de la verdad.	x		Análisis del recorrido del cliente dentro durante la adquisición del servicio
<b>Evidencia de campo:</b> De 3 a 7 hallazgos clave (citas breves, fotos de contexto o notas) que fundamenten el mapa.	x		
<b>Oportunidades:</b> Áreas priorizadas de mejora/innovación por etapa.	x		
<b>Alcance y límites:</b> Qué cubre y qué no el CJM v1.	x		
<b>Trazabilidad:</b> Referencia a qué instrumento/entrevista origina cada hallazgo.	x		
<b>3) INFORME CORTO DE INSIGHTS PRIORIZADO</b> <b>Definición de insight:</b> Redacción tipo “La gente X necesita Y porque Z”, con tensión y motivación.	x		Identificación de áreas de mejora para el servicio y el impacto que se busca generar por parte de los clientes
<b>Evidencias:</b> De 1 a 2 pruebas por insight (citas, patrones, datos).	x		
<b>Prioridad:</b> Matriz impacto vs. factibilidad con racional.	x		
<b>Implicaciones:</b> Qué decisiones sugiere cada insight.	x		
<b>Síntesis ejecutiva:</b> 1 página con los 3–5 insights top.	x		
<b>4) STP Y ENUNCIADO DE POSICIONAMIENTO</b> <b>Segmentación (S):</b> Criterios utilizados (demográficos, conductuales, psicográficos, etc.) y perfiles resultantes.	x		Elección del segmento al que será enfocada la propuesta,

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Targeting (T):</b> Segmento(s) objetivo con tamaño, necesidad clave y justificación.	x		priorizando las necesidades clave
<b>Posicionamiento (P):</b> Mapa perceptual (si aplica) y diferenciadores.	x		
<b>Enunciado de posicionamiento:</b> “Para [segmento], [marca/servicio] es [marco de referencia] que [beneficio principal], porque [razón para creer].”	x		
<b>5) MATRIZ 7PS</b>			
<b>Producto/Servicio:</b> Propuesta de valor, niveles del servicio, evidencias físicas.	x		Cada P se desarrolló de manera clara y coherente con el proyecto. El equipo comprendió cómo integrar precio, plaza, promoción, personas y procesos en una propuesta completa. Se fortaleció la habilidad para analizar cada elemento del servicio.
<b>Precio:</b> Estrategia (p. ej., por valor, por niveles, freemium) y política de descuentos.	x		
<b>Plaza:</b> Canales, cobertura, logística/última milla.	x		
<b>Promoción:</b> Mensajes, mix de medios, calendario y CTA.	x		
<b>Personas:</b> Roles, competencias, capacitación y guías de trato.	x		
<b>Procesos:</b> Flujo clave del servicio, tiempos objetivo y puntos de control.	x		
<b>6) BLUEPRINT V1 (MAPA DE SERVICIO)</b>			
<b>Capas completas:</b> Evidencias, acciones del cliente, frontstage, backstage, procesos de soporte.	x		El blueprint muestra correctamente las capas, líneas y tiempos del servicio. Se identificaron fallos, cuellos de botella y oportunidades de mejora. El equipo aprendió a visualizar el recorrido del cliente y los puntos clave del servicio.
<b>Líneas:</b> Interacción, visibilidad y de internalidad claramente trazadas.	x		
<b>Tiempos y colas:</b> Duraciones, esperas y cuellos de botella.	x		
<b>Fallos y salvaguardas:</b> Puntos de falla, controles y contingencias.	x		
<b>Oportunidades de mejora:</b> Marcadas en el diagrama y vinculadas a KPIs.	x		
<b>7) PLAN DE PRUEBAS Y MVP LISTO</b>			
<b>Hipótesis:</b> Enunciadas y testeables, vinculadas a insights/KPIs.	x		El equipo comprendió correctamente el plan de pruebas y el MVP, asignó responsabilidades de manera clara y logró redactar la hipótesis del proyecto.
<b>MVP:</b> Descripción y evidencia (mockups, prototipo funcional, guion de pilotaje).	x		
<b>Métricas de éxito:</b> Criterios de aceptación y umbrales.	x		
<b>Protocolo de prueba:</b> Método, muestra, guion, consideraciones éticas.	x		
<b>Calendario y roles:</b> Fechas, responsables y riesgos.	x		
<b>8) REPORTE INICIAL DE PRUEBAS (V1)</b>			
<b>Ejecución controlada del MVP:</b> Evidencia de que el MVP fue probado según protocolo (cronograma, muestra, entorno).	x		Se fortaleció la comunicación del equipo, se definieron las hipótesis y métodos de prueba, y se completó la actividad correspondiente al reporte inicial.
<b>Resultados preliminares:</b> Métricas obtenidas (conversiones, satisfacción, fricción) y visualizaciones (tablas/gráficos básicos).	x		
<b>Análisis de hallazgos:</b> Lectura crítica de lo que funcionó, no funcionó y qué necesita modificarse.	x		
<b>Riesgos identificados:</b> Incidentes o puntos débiles surgidos en la prueba con sus implicaciones.	x		
<b>Decisiones tomadas:</b> Ajustes realizados al MVP o al plan en función de los resultados.	x		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Trazabilidad:</b> Referencia clara a los instrumentos aplicados (encuesta, entrevistas, etc.).	X		
<b>9) INSTRUMENTOS APLICADOS Y BASE DE DATOS</b> <b>Instrumentos:</b> Encuestas, guías de entrevista/observación, pruebas de usabilidad (versión en blanco y aplicada). <b>Muestreo:</b> Criterios, tamaño y justificación. <b>Consentimiento y resguardo:</b> Formatos y resguardo de datos (si aplica). <b>Base de datos depurada:</b> Archivo depurado (CSV/XLSX), diccionario de variables, codificación. <b>Limpieza documentada:</b> Descripción de tratamientos (valores perdidos o faltantes, outliers y transformaciones).	X		Se identificaron los instrumentos utilizados, se clasificaron los cuestionarios y se elaboraron tablas y análisis relacionados con la base de datos.
<b>10) PLAN DE MEJORA, KPIs, SLAS Y PLAN DE RECUPERACIÓN DEL SERVICIO Y SOCIAL</b> <b>KPIs:</b> Definición, fórmula, fuente, frecuencia y meta. <b>SLAs:</b> Compromisos de nivel de servicio (p. ej., tiempos de respuesta/solución) y responsables. <b>Backlog de mejora:</b> Acciones priorizadas (impacto/esfuerzo), dueños y fechas. <b>Service recovery:</b> Matriz de incidentes, guiones, compensaciones y escalamiento. <b>Plan social/crisis:</b> Roles, protocolo en redes, tono, ventanas de monitoreo y criterios de activación.	X		El equipo entendió la asignación, seleccionó KPIs/SLAs, realizó el plan de mejora y resolvió dudas logrando afinar puntos clave del plan de recuperación del servicio.
<b>11) PLAN DE MARKETING</b> <b>Objetivos SMART:</b> Por etapa y por canal. <b>Estrategias y tácticas:</b> Vinculadas a STP, 7Ps y CJM. <b>Calendario:</b> Gantt/sprint con hitos y dependencias. <b>Presupuesto:</b> Rubros, supuestos y control (variaciones). <b>Medios y creatividades:</b> Piezas clave, formatos y mensajes. <b>Medición y riesgos:</b> KPIs, instrumentos de seguimiento y mitigaciones.	X		Se estructuraron estrategias, tácticas y calendario de forma coherente. El presupuesto y los medios fueron definidos con claridad. El plan facilita evaluar el desempeño previsto.
<b>12) DOSSIER FINAL</b> <b>Portada e índice:</b> Datos completos del equipo y proyecto. <b>Resumen ejecutivo:</b> 1–2 páginas con problema, solución y resultados. <b>Cuerpo o estructura del desarrollo:</b> Metodología, hallazgos, propuestas, planes (con referencias cruzadas a anexos). <b>Anexos:</b> Instrumentos, datos, materiales visuales y evidencias. <b>Estilo:</b> Ortografía y redacción cuidadas, citación y referencias en APA 7.	X		El dossier presenta orden en sus secciones, con anexos y referencias completas. La redacción es clara y se ajusta al formato APA. El documento muestra un cierre sólido del proyecto.
<b>13) PITCH (VIDEO)</b> <b>Estructura:</b> Problema, insight, solución/valor, evidencia del MVP, plan y cierre/CTA. <b>Claridad visual y de audio:</b> Subtítulos o captions recomendados. <b>Tiempo:</b> Entre 5 a 7 minutos; narrativa concisa. <b>Demostración:</b> Breve muestra del MVP o prototipo. <b>Equipo:</b> Créditos y roles (breve).	X		El pitch presenta el problema, la solución y el MVP de manera concisa. La comunicación visual fue clara y el video cumple con lo solicitado. El equipo fortaleció

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
			su capacidad para sintetizar información.
<b>14) AUTOEVALUACIÓN Y COEVALUACIÓN DEL EQUIPO</b> <b>Autoevaluación reflexiva:</b> Aportes, aprendizajes, decisiones clave, retos y mejoras personales.	X		Las evaluaciones reflejan participación y aprendizaje individual y grupal. Las evidencias respaldan el trabajo realizado. Se obtuvieron conclusiones útiles para mejorar el desempeño futuro.
<b>Coevaluación:</b> Matriz por integrante (compromiso, calidad, cumplimiento, colaboración) con escala y comentarios.	X		
<b>Evidencias:</b> Ejemplos concretos que respalden el trabajo en equipo por integrante (por ejemplo: actas de reunión, fotografías dirigiendo las reuniones, etc.).	X		
<b>Acuerdos:</b> Compromisos para próximos proyectos.	X		